



PSR
2014 2020
LOMBARDIA
L'INNOVAZIONE
METTERADICI



GALRISORSA
L o m e l l i n a

in collaborazione con



GAL
TERRE DEL PO

BANDO DI CONCORSO

Avviso di Selezione per conferimento di incarico professionale per Azienda nel campo della comunicazione e del marketing territoriale per lo studio di comunicazione inerente il progetto "Orizzonti Rurali"¹, che promuove lo sviluppo del turismo rurale nei territori della Lomellina, del Triangolo Lariano, della Valle d'Intelvi, dell'Oglio Po e Oltrepò Mantovano.

Il Presidente del Consiglio Di Amministrazione Leva Stefano

Visti i regolamenti:

- n. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 recante disposizioni comuni sul Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, sul fondo Sociale Europeo, sul Fondo di Coesione, sul Fondo Europeo Agricolo Per lo Sviluppo Rurale e sul Fondo Europeo per gli Affari Marittimi E la Pesca e disposizioni generali sul Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, sul Fondo Sociale Europeo, sul Fondo di Coesione e sul Fondo Europeo per gli Affari marittimi e la Pesca, e che Abroga il regolamento (CE) n 1083/2006 del Consiglio;
- n. 1305/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR) e che abroga il regolamento (CE) n 1698/2005 del Consiglio;
- n. 1310/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 che stabilisce alcune disposizioni transitorie sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR), modifica il regolamento (UE) n 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto concerne le risorse e la loro distribuzione in relazione all'anno 2014 e modifica il regolamento (CE) n 73/2009 del Consiglio e i regolamenti (UE) n 1307/2013, (UE) n 1306/2013 e (UE) n 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto concerne la loro applicazione nell'anno 2014;
- n. 807/2014 della Commissione dell'11 marzo 2014 che integra talune disposizioni del regolamento (UE) n 1305/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio sul sostegno allo

¹ Cfr. Allegato 1 - Scheda di sintesi del progetto Orizzonti Rurali.

sviluppo rurale da parte del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR) e che introduce disposizioni transitorie;

- n. 808/2014 della Commissione del 17 luglio 2014 recante Modalità di applicazione del regolamento (UE) n 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR);

Preso atto che:

in data 31 luglio 2015 la Giunta regionale ha approvato la deliberazione avente per oggetto «Approvazione dello schema di disposizioni attuative relativo alla Misura 19 - Sostegno allo sviluppo locale Leader (CLLD) - Sviluppo locale di tipo partecipativo del Programma di Sviluppo Rurale 2014 - 2020 della Lombardia», con la quale si dà mandato alle competenti strutture tecniche della Giunta Regionale di stabilire i termini di presentazione delle domande;

Visto il decreto della Direzione Generale Agricoltura n. 6547 del 31 luglio 2015

«Programma di sviluppo rurale 2014 - 2020 della Lombardia. Misura 19 - Sostegno allo sviluppo locale leader - Approvazione delle disposizioni attuative per la presentazione delle domande;

Visto il decreto D.d.u.o del 14.06.2017 n. 7034 pubblicato sul Bollettino Ufficiale Regione Lombardia (BURL) n. 31 del 02.08.2016 della DG Agricoltura a firma del Dirigente della U.O Sviluppo, Innovazione e Promozione delle produzioni del Territorio di Regione Lombardia che approva le domande ammesse a finanziamento.

Visto il D.d.s. 18 settembre 2017 - n. 11188 pubblicato sul BURL n. 38 del 21.09.2017 "Esiti istruttori in merito alla costituzione delle società denominate «Gruppo di azione locale (GAL)» e determinazioni di cui al decreto 7034 del 14 giugno 2017"

Visto il Decreto n. 18044 del 10/12/2019 identificativo atto n. 1909 Direzione Generale Agricoltura, Alimentazione E Sistemi Verdi con oggetto Programma di Sviluppo Rurale 2014 - 2020 Della Lombardia. Misura 19 "Sostegno Allo Sviluppo Locale Leader", Operazione 19.3.01 "Cooperazione Interterritoriale E Transnazionale". Approvazione Esito Valutazione Progetto "Orizzonti Rurali".

Vista la delibera n° 06 del 10.6.20 del Consiglio di Amministrazione del GAL Risorsa Lomellina.

Sentiti i pareri degli staff tecnici di GAL Terre del Po e Lago di Como GAL.

Il presente bando sarà pubblicato nella sezione "Amministrazione trasparente" del GAL Risorsa Lomellina e del Lago di Como GAL e nella sezione "Bandi" del GAL Terre del Po.

Lo stesso sarà pubblicato sugli albi pretori della Comunità Montana Triangolo Lariano e della Comunità Montana Lario Intelvese e sul sito dell'Ecomuseo del paesaggio lomellino.

Rilevata:

la necessità di individuare un'azienda, che si occupi di comunicazione e di marketing territoriale, per assolvere l'oggetto dell'incarico.

RENDE NOTO

che è indetta una selezione pubblica per titoli e colloquio per l'affidamento dell'incarico di studio di comunicazione inerente il progetto "Orizzonti Rurali", candidato sulla Misura 19.3.01 Progetto di Cooperazione Interterritoriale e Transnazionale.

1. OGGETTO DELL'INCARICO.

Orizzonti rurali sono quelli che si aprono nel momento in cui da un lato sorge -in città- un bisogno di maggior qualità della vita e dall'altro il territorio si presenta adatto a compiere la "promessa" che dalla città si lascia intravedere. Riappropriarsi di un territorio, inteso come luogo per sé, è motivo di continui ritorni, grazie ai quali il cittadino prende l'abitudine di esplorare il proprio territorio e il territorio beneficia di tali passaggi, trovando in essi una ragione in più per permanere nei suoi tratti caratteristici e per non abbandonare il proprio modello produttivo.

Scopo dell'incarico è di individuare contenuti e modalità di trasmissione dei messaggi, studiati nel contesto del rapporto tra città e campagna. La campagna è l'orizzonte rurale che si apre al cittadino desideroso di riscoprire un tesoro nascosto a portata di mano con autenticità, lentezza e momenti esperienziali.

Il messaggio dovrà valorizzare le aree rurali che circondano Milano rafforzando il sentimento di appartenenza reciproco tra la città e il suo territorio. Si dovrà condurre uno studio comune delle idee forti che i territori diversi possono offrire come patrimonio comune attrattivo. Con riferimento alle informazioni specifiche riportate nell'allegato 2 il proponente si occuperà dei seguenti servizi e fornirà i seguenti prodotti:

1.1 DEFINIZIONE DEL MESSAGGIO.

L'incaricato dovrà definire i contenuti di un messaggio comunicativo destinato al cittadino milanese e imperniato sul rapporto tra la città e il territorio circostante, concepito come proprio. I territori partecipanti al progetto saranno comunicati come un'unica attrattiva, rispondente a un bisogno di riscoperta di radici, identità, armonia, tradizione e autenticità, declinata sulle idee forti che i territori diversi possono offrire come patrimonio comune. Nel cittadino grazie al messaggio e alla modalità comunicativa si vorrà suscitare il desiderio di scoperta degli orizzonti rurali della sua città.

L'incaricato dovrà individuare il messaggio e la sua strategia comunicativa perché questo arrivi efficacemente al destinatario individuato, declinando le forme espressive grafiche, sonore e visive (es. claim pubblicitario, sviluppo storyboard e scripting di uno spot radio, layout grafici per affissioni stradali o mobili, per banner web, per social media, per inserzioni idonee ad app di smart mobility, ecc.) finalizzate al piano comunicativo strategico redatto.

L'incaricato dovrà elaborare una strategia dei contenuti, al fine di produrre un piano editoriale che racconti la storia alla base della campagna di comunicazione diretta al target e che verrà poi tarata su ciascun mezzo che si intende utilizzare.

1.2. EVENTO CONCLUSIVO.

I contenuti e le modalità espressive individuati saranno resi pubblici in un momento a Milano (convegno, evento, ecc.) da organizzare con un approccio innovativo, sulla base anche dei

suggerimenti dell'incaricato. Le modalità di svolgimento avranno come obiettivo la massima ricaduta del messaggio, con specifico riguardo alla stampa di settore, agli operatori professionali del turismo e al mondo associativo legato alla fruizione sostenibile del territorio. L'innovazione proposta in questo punto dovrà tener conto delle eventuali limitazioni di legge correlate agli assembramenti; dovrà delineare nuove strategie digitali di condivisione atte a suscitare emozione, senso di appartenenza e apertura verso il futuro; dovrà far percepire la dimensione del turismo sostenibile in grado da una parte di condurre a una maggiore qualità della vita ed a un indotto economico nei territori rurali e dell'altra di preservare il territorio e la sua bellezza, grazie alla presenza di un turista attento ed esploratore.

1.3. CAMPAGNA.

L'evento di cui al punto precedente ed eventuali azioni locali mirate (es.: educational tour, eventi test legati alla smart mobility e alle reti intermodali di trasporto, ecc.) avranno a disposizione un budget specifico per la comunicazione. L'incaricato fornirà un piano editoriale di ciascun evento, in coerenza con il budget disponibile, individuando per ciascuna situazione i media da utilizzare, il riparto del budget, il numero delle ripetizioni dei messaggi e tutto quanto necessita al successo dell'iniziativa. Il numero massimo di eventi per i quali prevedere un piano editoriale è di quattro.

2. DURATA.

L'incarico ha durata indicativa di 5 mesi, ma si considererà ultimato solo dopo l'approvazione, da parte del gruppo di GAL rappresentato dal Committente, del prodotto finito. L'incaricato si impegna, con l'accettazione dell'incarico, a produrre e modificare i contenuti fino a completa soddisfazione della committenza, cui è subordinata la liquidazione del saldo.

3. MODALITÀ ORGANIZZATIVE.

Al candidato è richiesta la disponibilità agli spostamenti presso le sedi dei GAL sopra riportati per interagire con i rispettivi referenti e per partecipare a riunioni di lavoro e di valutazione in progress.

Si prevede l'invio di report informativi da parte dell'azienda selezionata a GAL Risorsa Lomellina S.c.a.r.l. sull'avanzamento dei lavori, cadenzati come da richiesta della committenza.

I file dei bozzetti e dei contenuti in lavorazione saranno resi disponibili ai tre GAL in cartelle condivise.

4. CRONOPROGRAMMA.

La suddivisione delle tempistiche delle attività è calcolata in base alla durata dell'incarico che corrisponde a 5 mesi.

Tempistica dal giorno dell'incarico	Attività
30 giorni	Individuazione contenuti del messaggio comunicativo
60 giorni	Individuazione e definizione del messaggio comunicativo nelle varie forme di espressione
90 giorni	Indicazioni operative approccio azione conclusiva dell'azione comune (es. evento, convegno. ecc.)
150 giorni	Elaborazione piano editoriale per azioni locali mirate

5. TRATTAMENTO ECONOMICO.

Il budget a disposizione sarà di € 35.000,00 + IVA. Il pagamento avverrà unicamente mediante emissione di fattura. Il pagamento avverrà con le seguenti scansioni temporali:

- 10% all'incarico
- 30% all'approvazione dei contenuti del messaggio di comunicazione
- 25% alla definizione dell'evento divulgativo
- 35% alla consegna del piano editoriale per le azioni specifiche proposte.

Il saldo di ciascuna fattura, eccetto la prima, avverrà previa approvazione della rendicontazione delle attività eseguite, al termine del periodo mediante emissione di fattura. L'emissione della fattura è subordinata all'approvazione dei contenuti prodotti da parte del Committente. Le fatture sono liquidate a 60 gg fine mese.

Per rendicontazione si intende -sia in fase di richiesta di erogazione dell'acconto, sia al termine di durata dell'incarico - la trasmissione di una relazione dettagliata dell'attività svolta, la consegna del materiale prodotto (qualora non fosse già stato consegnato), criticità affrontate e risultati conseguiti.

6. PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE.

6.1 QUANDO PRESENTARE LA DOMANDA.

La domanda potrà essere presentata a partire dal 15 giugno 2020 e dovrà pervenire dal entro il termine perentorio del 31 luglio 2020 ore 18:00.

La domanda che risulta presentata dopo la scadenza dei termini di presentazione (data e ora) non è ricevibile e quindi non è oggetto di valutazione e i procedimenti si considerano conclusi.

La presentazione della domanda entro la data e l'orario stabiliti come termine ultimo di presentazione è di esclusiva responsabilità del richiedente.

Farà fede la data e l'ora di trasmissione della Posta Elettronica Certificata (PEC).

6.2 A CHI INOLTARE LA DOMANDA.

La richiesta di partecipazione alla selezione, debitamente sottoscritta dal candidato, dovrà pervenire all' GAL Risorsa Lomellina S.c.a.r.l. mediante posta certificata all'indirizzo PEC: gal.risorsalomellina@legalmail.it. Si evidenzia che tutti i documenti dovranno essere firmati digitalmente dal candidato (o altro soggetto autorizzato a rappresentare il candidato), ai sensi del combinato disposto degli art. 65 del D. lgs. n. 82/2005 (come modificato dal D.lgs 235/2010) e dell'art. 77 comma 6 lett. b) del D. lgs 163/2006 e s.m.i.

Nel campo dell'oggetto dovrà essere indicata la dicitura: "Selezione per lo studio di comunicazione progetto "Orizzonti Rurali".

6.3 COME PRESENTARE LA DOMANDA.

Le domande di partecipazione, indirizzate al GAL Risorsa Lomellina S.c.a.r.l., devono essere presentate complete di tutta la documentazione di cui al successivo punto 6.4 in allegato alla pec di trasmissione, che recherà la dicitura:

"Avviso di Selezione per conferimento di incarico professionale per Azienda nel campo della comunicazione e del marketing territoriale per lo studio di comunicazione inerente il progetto "Orizzonti Rurali" - domanda di partecipazione.

GAL Risorsa Lomellina S.c.a.r.l. non si assume responsabilità per la dispersione di comunicazioni, dipendenti da inesatte indicazioni del recapito da parte del richiedente; né per eventuali disguidi imputabili a terzi; a caso fortuito o forza maggiore.

Non saranno ammessi alla selezione i concorrenti che abbiano prodotto documentazione incompleta, o che non risultino in possesso dei requisiti richiesti.

In capo ai soggetti che risponderanno al presente avviso non si configura alcun diritto o pretesa nei confronti di GAL Risorsa Lomellina S.c.a.r.l., rappresentando la domanda di partecipazione rispetto al presente bando soltanto condizione per essere ammessi quali candidati al presente bando.

L'atto di presentare domanda di partecipazione comporta l'esplicita accettazione del meccanismo di scelta previsto dal presente bando, nonché la presa d'atto e accettazione di quanto disposto dall'art. 11 del presente bando (privacy).

GAL Risorsa Lomellina si riserva la facoltà di affidare l'incarico anche in presenza di una sola domanda di partecipazione o di non assegnare l'incarico e ripetere il bando se nessuna proposta risultasse soddisfacente.

6.4 DOCUMENTAZIONE DA ALLEGARE ALLA DOMANDA.

Il candidato, ai fini dell'ammissione alla valutazione della propria domanda, deve allegare in formato compresso e non modificabile e firmata digitalmente, ad esempio tipo PDF, JPEG, ZIP, P7M, la seguente documentazione.

1. Dettagliato curriculum vitae aziendale o societario in formato europeo sottoscritto e contenente l'autorizzazione all'utilizzo dei dati personali;
2. Organigramma del proponente, con particolare riferimento allo staff che sarà dedicato al progetto.
3. Elenco delle dotazioni software e hardware a disposizione del proponente.
4. Concept generale della comunicazione: idea di base, bozze di associazioni di contenuti e immagini, con riferimento ad almeno tre media a scelta (cartelli pubblicitari, banner per siti, post social, inserzioni su giornali, flyers, video, advertising app smart mobility).
5. Testo di massimo 300 parole che illustri le ipotesi attuative del momento di presentazione dei risultati del lavoro (evento, convegno, ecc.), con particolare riguardo a modalità innovative che potrebbero rendersi necessarie per le limitazioni agli assembramenti derivanti dall'emergenza pandemica in atto.
6. Illustrazione delle tre principali case history che meglio illustrino a giudizio del proponente il proprio approccio al messaggio e il proprio stile comunicativo;
7. Copia di un documento di riconoscimento valido del Rappresentante Legale.

6.5 SOPRALLUOGO PREVENTIVO

I tre GAL si rendono disponibili a organizzare incontri conoscitivi per illustrare al candidato le specificità territoriali dei singoli territori e integrarle nel messaggio comunicativo proposto. I sopralluoghi si svolgeranno in una data scelta tra due disponibilità non modificabili di ciascun GAL. Il sopralluogo non è comunque obbligatorio e il candidato potrà scegliere di ometterlo.

7. MODALITÀ DI SELEZIONE.

La commissione sarà, composta da:

- Direttore GAL Risorsa Lomellina
- Direttore Lago di Como GAL
- Direttore GAL Terre del Po
- Esperto in materia di turismo e comunicazione operante in Ente pubblico

La valutazione si svolgerà in due tempi. In una prima fase si procederà a:

1. Esame dell'ammissibilità formale delle domande;
2. Valutazione dei titoli;
3. Valutazione del testo

Successivamente si procederà al colloquio con i candidati, che verterà sulla libera illustrazione delle scelte da essi operate con il materiale e il testo sottoposti, e su un'analisi delle prospettive di sviluppo del progetto.

8. CRITERI DI VALUTAZIONE.

CRITERI DI VALUTAZIONE		PUNTI
VALUTAZIONE CURRICULUM		45
1	Esperienze pregresse nel campo del marketing territoriale	5
1.1	Rilevanti per numero di incarichi e durata	5
1.2	Presenti	2
1.2	Assenti	0
2	Organigramma dedicato al progetto	Fino a 15
2.1	Per ogni persona con alto livello di specializzazione, desumibile dal CV o da case history	2,5
2.2	Per ogni persona senza un alto livello di specializzazione	1
3	Case History	Fino a 25
3.1	Esperienza in canali dedicati a fruitori di smart mobility	Fino a 10
3.2	Esperienza in reti intermodali	Fino a 10
3.3	Risultati, redemption, immagine	Fino a 5
VALUTAZIONE QUALITATIVA DEL PROGETTO		55

4	Idea di base	35
4.1	Coerenza interna tra espressioni e immagini	Fino a 10
4.2	Comprensione del target	Fino a 15
4.3	Originalità	Fino a 10
5	Proposta per evento finale	20
5.1	Innovazione	Fino a 8
5.2	Efficacia attesa della modalità proposta	Fino a 8
5.3	Persuasività del testo	Fino a 4
6	Colloquio finale	50
6.1	Adeguate e convincente giustificazione delle scelte e delle proposte presentate	Fino a 20
6.2	Proprietà espressiva	Fino a 10
6.3	Adeguate percezione della ratio del bando	Fino a 20

9. ESITI DELLA SELEZIONE.

Il GAL Risorsa Lomellina pubblicherà sul proprio sito web gli esiti delle valutazioni nella sezione "Amministrazione trasparente" ai sensi del D.lgs. n. 33/2013.

10. RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO.

Ai sensi della disciplina vigente l'ammissione ai contributi è disposta con provvedimento del direttore del GAL Risorsa Lomellina S.c.a.r.l., che assume la funzione di Responsabile del Procedimento ai sensi dell'articolo 4 della legge 241/1990.

11. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.

Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 196/2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali" (nel seguito anche "Codice privacy") ed ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE n. 2016/679 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati (nel seguito anche "Regolamento UE"), si segnala che:

- i dati forniti dai concorrenti vengono acquisiti per verificare la sussistenza dei requisiti necessari per la partecipazione alla gara, nonché per l'aggiudicazione, in adempimento di precisi obblighi di legge derivanti dalla normativa in materia di appalti e contrattualistica pubblica;
- i dati forniti dal concorrente aggiudicatario vengono acquisiti ai fini della redazione e della stipula del Contratto, per l'adempimento degli obblighi legali ad esso connessi, oltre che per la gestione ed esecuzione del contratto stesso.

12. DISPOSIZIONI FINALI.

Il GAL Risorsa Lomellina S.c.a.r.l. si riserva, altresì, la facoltà di prorogare, sospendere o modificare il presente avviso, integralmente o in parte; si riserva, altresì di non procedere ad alcun affidamento per sopraggiunti motivi ed esigenze anche di tipo organizzativo.

Per eventuali ulteriori informazioni gli aspiranti potranno rivolgersi via E-mail: gal.risorsalomellina@legalmail.it.

Allegato 1: scheda di sintesi del progetto Orizzonti Rurali

Allegato 2 - Informazioni specifiche e spunti di lavoro

ALLEGATO 1

MISURA 19 "Sostegno allo sviluppo locale LEADER" OPERAZIONE 19.3.01 "Cooperazione interterritoriale e transnazionale."

Abstract "ORIZZONTI RURALI"

- Obiettivo generale.

Le grandi città, con il loro sviluppo spesso disordinato, caratterizzato prima dalla fase industriale e negli ultimi lustri dall'espandersi del residenziale e dei servizi, rischiano di concepirsi e di essere concepiti come spazi a sé stanti, senza alcun legame con il loro territorio, inteso come somma dei fattori paesaggistici, ambientali, storici e culturali, che pure sono all'origine della nascita stessa del centro urbano. La città diventa così un luogo impersonale, rispetto al quale è difficile vivere un'appartenenza e nel quale, specie le ultime generazioni, faticano a riconoscersi. Il recupero del rapporto con la campagna che sta immediatamente fuori dalla cerchia urbana può essere quindi motivo di stupore e di attrattiva, con la possibilità di attivare filiere interessanti anche sotto il profilo economico. Recuperare, ricucire, rafforzare il rapporto tra la metropoli e il proprio territorio circostante è l'idea guida del nostro progetto. Esso intende attivare azioni e creare presupposti per mettere in contatto le aree metropolitane e le aree rurali che su di esse si affacciano, scommettendo sull'utilità, anche economica, di questa operazione: l'interesse, il senso di scoperta e di avventura, ma nel contempo di prossimità, il processo di immedesimazione identitaria che possono derivare da un nuovo incontro tra la città e la sua "campagna" possono generare flussi di presenze dalla metropoli sui territori e flussi culturali e valoriali in direzione inversa. Orizzonti Rurali sono quelli che si aprono nel momento in cui da un lato sorge -in città- un bisogno di maggior qualità della vita e dall'altro il territorio si presenta adatto a compiere la "promessa" che dalla città si lascia intravedere. Riappropriarsi di un territorio, inteso come luogo per sé, è motivo di continui ritorni, grazie ai quali il cittadino prende l'abitudine di esplorare il proprio territorio e il territorio beneficia di tali flussi, trovando in essi una ragione in più per permanere nei suoi tratti caratteristici e per non abbandonare il proprio modello produttivo. Il progetto è quindi finalizzato a sviluppare e valorizzare le aree rurali che circondano grandi aree urbane a una distanza non eccessiva, attraverso azioni ed iniziative legate al concetto di turismo rurale sostenibile, per supportare l'economia e rafforzare l'identità locale e il sentimento di appartenenza reciproco tra la città e il proprio territorio. Focalizzare l'attenzione della promozione sulle metropoli vicine presuppone la definizione di messaggi specifici, e uno studio comune delle idee forti che i territori diversi possono offrire come patrimonio comune. Occorre quindi l'individuazione di contenuti e modalità di trasmissione di messaggi che siano studiati appositamente nel contesto del rapporto tra città e campagna. Un ulteriore e frequente punto debole del territorio, che mina l'efficacia anche di un'opera di comunicazione adeguata, è che questo deve essere raggiungibile e pervio, secondo modalità e standard dettati dalle abitudini di vita di coloro ai quali il messaggio è rivolto. Perché gli abitanti delle metropoli rivolgano lo sguardo ai loro "orizzonti rurali" occorre, quindi, una strategia di comunicazione mirata e almeno una modalità pratica per rendere i territori facilmente raggiungibili. Per focalizzare l'attenzione sulle aree rurali dei territori del GAL partner è necessario uno studio analitico capace di rilevarne la vocazione, i punti di forza e le attrattive specifiche che consentano di innervare una strategia comunicativa dedicata all'area metropolitana, con la definizione di messaggi specifici per esaltare il patrimonio comune. Occorre, quindi, l'individuazione di contenuti e modalità di trasmissione di messaggi che siano studiati appositamente nel contesto del rapporto tra città e campagna.

Attraverso uno studio di fattibilità si verificherà poi l'applicabilità della smart mobility nei territori rurali destinatari del progetto. La fattibilità sarà legata all'applicabilità di una strategia non solo "green", ma anche efficiente, integrata, sicura ed accessibile al di fuori di quelli che sono i canoni cittadini in cui la smart mobility è stata pensata. Si dovranno individuare destinazioni rurali raggiungibili con il sistema della mobilità lenta per mezzo delle app di car/bike sharing e si evidenzieranno gli aspetti e la fattibilità economica del sistema. La sostenibilità, parte in questo caso dalla sua accezione sociale, per come il progetto si propone di restituire cenni di appartenenza e identità. Tale concetto tuttavia non potrà che investire anche l'aspetto strettamente ambientale, sia nella ideazione e trasmissione del messaggio, sia nell'approccio alla mobilità. Essenziale per il mantenimento in essere del progetto è che le informazioni e l'attenzione generate diventino veicolo di coinvolgimento per attori privati che possano percepire l'utilità di un loro coinvolgimento diretto nell'opera di promozione dei territori. L'azione comune evidenzierà i benefici potenziali di messaggi dedicati al turismo rurale "fuori porta" e all'implementazione delle reti di mobilità smart anche al di là dei confini metropolitani. Il coinvolgimento dei principali operatori del settore della fornitura di energia (punti di ricarica) e delle app di car/bike sharing, oltre che di tour operator sarà finalizzato alla creazione dei requisiti di partenza per un autosostentamento dell'iniziativa sperimentalmente avviata ed esemplificata attraverso eventi test svolti come azioni locali.

- Obiettivi operativi.

I territori GAL presi in considerazione nello sviluppo del progetto fino ad oggi hanno mostrato elementi di debolezza a causa di strategie ed investimenti di promozione e valorizzazione inadeguati o concentrati esclusivamente su punti d'interesse limitati. La declinazione pratica del progetto di cooperazione permetterà a ciascuno di essi di disporre di strumenti operativi da mettere a disposizione dei propri territori. La realizzazione di eventi test contribuirà a rendere evidenti i vantaggi dell'approccio suggerito e permetterà di mobilitare risorse per la sua attuazione permanente. Gli obiettivi operativi sono quindi definibili come segue:

- Studio di comunicazione, che individui il messaggio da rivolgere a un pubblico metropolitano e definisca le migliori strategie per la sua efficacia, per favorire la ripresa di un rapporto stabile con il proprio territorio e una sua percezione familiare. Lo studio, con riguardo alle specificità dei territori coinvolti, avrà tratti comuni legati all'idea di "tesoro nascosto a portata di mano" ed elementi di specificità legati ai singoli territori, in modo tuttavia da costituire una comunicazione unitaria;
- Studio di fattibilità per un'estensione delle reti di mobilità normalmente attive in città fino al cuore dei territori: partendo dall'idea di consentire l'uso delle app di car sharing, con preferenza per quelle elettriche, fino alle destinazioni "fuori porta", anche come elemento di connessione con le reti pubbliche di trasporto esistente (treno, autobus ecc..), lo studio evidenzierà i costi, i soggetti da coinvolgere e le modalità pratiche da seguire, con riguardo a elementi specifici di stagionalità e fruizione. Va da sé che tale innovazione rappresenti essa stessa un elemento di promozione dei territori per i quali è pensata. Essa, inoltre, potrebbe diventare un ulteriore canale di comunicazione, includendo i contenuti definiti a punto precedente all'interno della messaggistica dedicata agli utilizzatori dello strumento;
- Realizzazione di convegno finale di illustrazione dei risultati alla presenza di esperti dei settori di riferimento e istituzioni;

- Workshop dedicati a stakeholders tour operator, società di fornitura elettrica e gestori di servizi di noleggio di flotte, in modo da comunicare i risultati dello studio di fattibilità, in termini di condizioni pratiche per l'attivazione del servizio e con particolare riguardo per i benefici attesi. Al di là dell'entità dei flussi infatti, è innegabile la ricaduta positiva in termini di immagine di un'iniziativa a supporto dei territori rurali, che va nella direzione di garantire uno sviluppo sostenibile, per attori che si muovono principalmente su un mercato urbano.

- Ambito tematico d'intervento del progetto

L'ambito tematico in cui si inserisce il progetto è quello del "Turismo sostenibile", in quanto si desidera migliorare la conoscenza e la fruizione dei territori interessati sia da parte del turista sia per la popolazione locale. I territori devono poter essere preservati e tutelati per le presenti e future generazioni, attraverso uno sviluppo sostenibile e una corretta gestione del turismo attenta alle necessità dell'ambiente, delle comunità locali, delle attività imprenditoriali locali e dei flussi di visitatori. È necessario coinvolgere tutti i soggetti che sono implicati nel settore turistico locale, organizzando reti e forme di cooperazione, per il suo sviluppo e la sua gestione garantendo, così, ai visitatori un elevato livello di qualità in tutte le fasi della loro visita. Si vuole incoraggiare un turismo legato a specifici prodotti che aiutino a conoscere e scoprire il territorio locale, proponendo e sostenendo attività, eventi ed iniziative. Queste iniziative dovranno assicurare il coinvolgimento della popolazione locale nella pianificazione del turismo e la formazione per gli operatori di zona sulla base dello studio di ricerca effettuato, con il fine di favorire la crescita e lo sviluppo di microimprese operanti nel settore turistico e in quello dei servizi alla popolazione e sostenere la diversificazione delle attività agricole specie in direzione della ricettività e dei servizi al turista.

- Attività di supporto tecnico preparatorio alla definizione del progetto

Nella fase preliminare di definizione del progetto di cooperazione GAL Risorsa Lomellina ha partecipato all'evento organizzato "Speed date in Rome", momento in cui i GAL italiani ed europei partecipanti hanno esposto le proprie idee di progetto e cercato di trovare possibili similarità territoriali al fine di instaurare partnership immediate. La partecipazione è stata un successo in quanto ha suscitato l'interesse di alcuni GAL che in seguito ad uno scambio comunicativo costante sono diventati partner effettivi. In parallelo sono proseguite le attività di ricerca ed animazione tramite il coinvolgimento della rete rurale nazionale che ha pubblicato un annuncio propedeutico alla definizione di un partenariato più ampio. Sono stati, così, individuati ulteriori potenziali GAL partner, con i quali sono state svolte riunioni e attività di raccordo, per condividere e coordinare la costruzione del progetto in dettaglio. Il coinvolgimento attivo dei partner ha permesso di definire una proposta progettuale condivisa costruita a partire dalle singole esigenze dei territori coinvolti, condivise dal partenariato, per lo sviluppo di un progetto comune finalizzato a sviluppare il turismo rurale sostenibile nel rispetto e valorizzazione delle peculiarità e sollecitazioni di ciascun attore coinvolto. I contatti e la raccolta delle necessità territoriali sono stati eseguiti sia a livello sociale, sia politico e tecnico con il confronto attivo con alcuni degli stakeholder territoriali. Questi incontri preparatori hanno permesso di creare un preliminare network di soggetti attivi da coinvolgere nelle successive fasi di sviluppo progettuale (privati interessati, comuni, guide turistiche, associazioni ciclistiche, proloco, enti museali ecc.). Alla fase di costituzione del partenariato, i contatti si sono svolti secondo diversi canali comunicativi (contatti telefonici, e-mail e videoconferenze) con il vantaggio di potere condividere la documentazione progettuale con mezzi informatici. Il GAL Risorsa Lomellina e il Lago di Como

GAL hanno organizzato e coordinato le riunioni, sia in sede sia a distanza, per sviluppare la proposta di progetto e la formalizzazione degli impegni, sino alla stesura e sottoscrizione dell'accordo di cooperazione tra partner.

- Descrizione delle attività comuni previste per la realizzazione del progetto.

Il progetto "Orizzonti Rurali" prevede sinteticamente il seguente piano attuativo:

1. Piano di comunicazione
2. Studio di fattibilità relativo alla mobilità intelligente
3. Convegno finale

1. "Piano di comunicazione":

- ATTIVITA': ricerca di un soggetto qualificato che elabori il "messaggio strategico" comune a tutti i GAL partner.
- ATTUATORI: gruppo di coordinamento e soggetti incaricati
- DESTINATARI: Territori GAL

2. "Studio di fattibilità relativo alla mobilità intelligente":

- ATTIVITA': ricerca di soggetto qualificato, con esperienza anche operativa nel campo della smart mobility. Definizione e pubblicazione dello studio.
- ATTUATORI: gruppo di coordinamento e soggetto identificato.
- DESTINATARI: attori del territorio ed esperti di comunicazione.

3. "Convegno finale":

- ATTIVITA': organizzazione di n.1 convegno finale che illustri i risultati degli studi e che comunichi il messaggio "strategico" comune a tutti i GAL
- ATTUATORI: gruppo di coordinamento e professionisti della comunicazione
- DESTINATARI: attori del territorio ed esperti marketing

4. "Workshop":

- ATTIVITA': workshop dedicati alla comunicazione dei risultati dello studio di fattibilità e relativa applicabilità pratica
- ATTUATORI: gruppo di coordinamento
- DESTINATARI: stakeholders tour operator, società di fornitura elettrica e gestori di servizi di noleggio di flotte.

IL PROGETTO A LIVELLO LOCALE

GAL RISORSA LOMELLINA

- Coerenza del progetto con la strategia di sviluppo locale.

Il territorio lomellino ha storicamente fatto del sistema risicola un elemento di distinzione, creando un sistema in cui produzione e servizi paesaggistico ambientali sono intimamente correlati. Il fatto che l'attività risicola generi un paesaggio attraente, un tessuto insediativo diffuso e un ambiente fra i più frequentati dell'avifauna migratoria rappresenta una singolarità nel rapporto tra attività umana e ambiente. L'area lomellina gode di una ricchezza naturalistica e storico-architettonica che rappresenta la base per potenziare l'offerta turistica e agrituristica. La vicinanza con Milano e suoi aeroporti e la posizione favorevole rispetto a grandi poli quali Torino e Genova fanno della Lomellina un luogo in cui esistono concrete possibilità di rafforzamento dell'offerta agrituristica. Per questi motivi il progetto concentra l'attenzione e focalizza gli interventi a sostegno dell'turismo rurale, quale ambito strategico e margine per lo sviluppo dell'intera area. A tale scopo la strategia del PSL "Crescere nella Bellezza" individua le seguenti linee di intervento:

Obiettivo 1: CRESCERE ⇐ L'accezione di questo termine è quella classica dell'economia. Il territorio lomellino è espressione di floridità grazie alle sue aziende agricole. Il Piano si pone l'obiettivo di incrementare la produttività agricola in termini quantitativi e qualitativi;

Obiettivo 2: CRESCERE NELLA BELLEZZA ⇐ (Aumentare la "quantità", far crescere la bellezza) La bellezza dei luoghi viene considerata un'opportunità economica, e in tal senso va mantenuta e preservata nelle sue emergenze estetico paesaggistiche;

Obiettivo 3: CRESCERE NELLA BELLEZZA ⇐ (Stato in luogo, poter diventare grandi, vivere e lavorare nella bellezza, per una migliore qualità della vita): uno sviluppo sostenibile, incentrato sul recupero di energia dalla paglia di riso, porta a liberare risorse dalla spesa corrente per garantire migliori servizi.

Si vede bene come un progetto volto a qualificare la Lomellina come territorio di "pertinenza" della metropoli, inteso come luogo di riposo e di fruizione di servizi culturali e ambientali vada proprio nella direzione degli obiettivi del piano: l'incremento di flussi permanenti da Milano, con un'alta frequenza di ritorno infra anno, permette di accrescere la domanda di prodotti e servizi per le aziende agricole e agrituristiche locali. Tale fenomeno giustifica spese per le manutenzioni e investimenti per l'incremento dei fattori di attrattiva. La percezione di qualità associata al territorio può diventare motivo di scelte di vita e contribuire alla decisione di spostarsi definitivamente.

- Risultati attesi a livello locale.

L'attuazione di questa strategia mira ad attivare servizi innovativi e sostenibili per creare un rapporto facilitato e agevole tra città e campagna, sempre all'insegna del rispetto del territorio ma restando al passo con la tecnologia e la sua declinazione green. Inoltre un intervento di questo

genere incrementerebbe l'appeal dell'area lomellina spingendo attori privati a concepire la bellezza del territorio come fattore di crescita.

- Descrizione delle attività previste a livello locale.

L'azione locale si innesta sui principali prodotti dell'azione comune e si pone come paradigma esemplificativo del loro utilizzo pratico. I contenuti forti del messaggio comunicativo saranno utilizzati per l'organizzazione di due situazioni test che potrebbero svolgersi non in un'unica battuta ma creando una sorta di "Lomellina week". Un educational tour rivolto a un pubblico selezionato di blogger, giornalisti e influencer e un evento invece aperto al grande pubblico. Nell'ambito di queste azioni si svolgerà una campagna comunicativa dedicata agli eventi, che utilizzerà la grafica e i messaggi individuati nello studio dell'azione comune e si rivolgerà in modo specifico alla città di Milano. L'educational tour sarà focalizzato a dimostrare come gli elementi forti del messaggio comunicativo trovino riscontro pratico nell'esperienza diretta del territorio e dei suoi elementi di attrattiva paesaggistica, gastronomica e culturale. I partecipanti racconteranno attivamente l'esperienza condividendo sui canali social e successivamente sui mezzi di stampa classici le unicità della Lomellina contribuendo a trasformarla in "luogo del cuore" per il cittadino milanese. L'evento per il pubblico sarà un momento di accoglienza diffusa sul territorio, idealmente riconducibile a una "festa", dove le persone provenienti da Milano, che arriveranno con gli strumenti messi in campo sperimentalmente dalle reti di smart mobility, potranno fare liberamente esperienza diretta di vari percorsi, scegliendo tra quelli a prevalente carattere naturalistico, storico o gastronomico, attorno a punti di accoglienza ed informazione. Per l'evento dedicato al pubblico saranno perciò coinvolti i soggetti che gestiscono le reti di mobilità intelligente, dagli sviluppatori delle app (che contribuiranno a veicolare il messaggio) alle società di noleggio e di ricarica; produttori di tipicità locali, operatori agrituristici ed associazioni culturali e naturalistiche che collaboreranno sinergicamente per offrire un'esperienza emozionale all'altezza dello standard metropolitano. I fruitori delle reti di mobilità smart milanesi saranno invitati, tramite campagna social e comunicazione dedicata e incentrata sui messaggi definiti dallo studio finanziato con l'azione comune, a partecipare ad un evento di accoglienza turistica dedicato al pubblico metropolitano, improntato sulle tipicità, la bellezza e la sostenibilità. La realizzazione pratica, meglio di qualsiasi discorso, illustrerà le potenzialità e i vantaggi di un'azione permanente, a beneficio delle strutture del territorio e naturalmente con una sostenibilità per i fornitori di servizi garantita dai flussi, oltre che dal ritorno di immagine.

- Sostenibilità delle attività nel tempo a livello locale.

Il coinvolgimento di Ecomuseo del Paesaggio lomellino quale partner locale nello sviluppo del progetto è stato pensato per far nascere possibilità concrete di un sostentamento del progetto, oltre il termine del periodo di finanziamento dello stesso. Le azioni locali proposte creano l'occasione di incrementare il numero di attori partecipanti allo sviluppo e gestioni future del progetto. Società di energia elettrica, società di noleggio di mezzi elettrici e tour operator sono tutti attori privati che possono acquisire dagli studi di azione comune e azione locale le nozioni e gli strumenti necessari per attivare un flusso turistico costante tra Milano e Lomellina.

LAGO DI COMO GAL

- Coerenza del progetto con la strategia di sviluppo locale.

Il Lago di Como e il turismo sono dei punti di forza della Provincia di Como e rappresentano storicamente il fattore trainante dell'economia locale, con un'offerta turistica riconosciuta a livello mondiale, grazie all'elevato livello di attrattività turistica e di ospitalità in termini di numero di posti letto offerti rispetto ai cittadini residenti, (6 posti letto ogni 100 abitanti). All'interno del territorio LEADER è presente un elevato divario tra le rinomate aree lacustri e i paesi meno sviluppati dell'entroterra, sia nel livello della qualità della vita dei residenti sia nelle potenzialità di rilancio e sviluppo. Per questi motivi il progetto concentra l'attenzione e focalizza gli interventi a sostegno del turismo rurale sostenibile, quale ambito strategico e volano per lo sviluppo dell'intera area. A tale scopo la strategia del PSL individua le seguenti linee di intervento: o Sviluppo dell'ospitalità rurale diffusa e valorizzazione dei borghi montani e rurali dell'entroterra; o Itinerari turistici orientati ai prodotti tipici locali (Via dei Monti Iariani, Gira rifugi, Trova alpeggi); o Turismo sostenibile: escursionismo e cicloturismo; o Promozione di un marchio di qualità dell'area e sviluppo dei servizi turistici. Il PSL riconosce l'importanza ed il ruolo dei piccoli comuni montani dell'entroterra e dei piccoli borghi rurali, per un modello di sviluppo equilibrato e duraturo dell'intera area, e punta a promuovere un percorso di crescita basato sulla coesione economica-sociale e territoriale dell'intera area. Per questi motivi la strategia del PSL individua nel modello dell'ospitalità rurale diffusa, già sperimentato con successo in altre zone rurali e montane con caratteristiche simili, lo strumento di governance sostenibile, per promuovere l'accoglienza turistica e l'animazione territoriale nelle zone montane, marginali rispetto ai flussi turistici tradizionali e legati al turismo lacuale. Queste attività non possono prescindere dalla promozione, conservazione e diffusione delle tradizioni rurali e culturali locali, ed allo stesso tempo devono essere create le condizioni per la tutela e salvaguardia delle risorse naturali, ambientali e paesaggistiche.

- Risultati attesi a livello locale.

Lo scopo del progetto "Orizzonti Rurali" è quello di intervenire a sostegno dello sviluppo di forme di turismo rurale sostenibili nei territori del Triangolo Lariano e della Valle d'Intelvi per creare introiti economici e favorire la creazione di destinazioni turistiche, al di fuori di mete note come Bellagio, Cernobbio, Como, ecc. Creare destinazioni turistiche che funzionano significa attrarre i turisti offrendo loro un valore aggiunto che affascini e conquisti e che soprattutto soddisfi le esigenze dei turisti attuali. Fondamentali saranno gli strumenti di comunicazione digitali messi a disposizione del visitatore, purché siano sostenuti da modelli di sviluppo e di innovazione sociale, capaci di alimentarsi costantemente in termini di nuovi contenuti. Il rapporto comunicativo deve essere immediato con il turista per fornire un turismo di qualità.

- Descrizione delle attività previste a livello locale.

Il progetto è finalizzato a sviluppare e valorizzare il turismo rurale delle aree meno conosciute e affermate del territorio del Lago di Como, attraverso azioni e iniziative legate al cicloturismo per supportare il loro inserimento nel panorama turistico nazionale ed internazionale e per rafforzare l'identità locale e il sentimento di appartenenza alla comunità locale da parte degli abitanti. Il cicloturismo può rappresentare un potenziale di crescita e sviluppo del turismo lariano grazie alla

presenza di conosciute salite del Triangolo Lariano, come il Ghisallo e il Muro di Sormano, o la Ciclovía dei Laghi in Brianza, o ancora il tratto panoramico Argegno - Pigra - Monte Galbiga, nonché l'insieme di tutti i percorsi sentieristici del territorio che possono, una volta conosciuti, avere grande potere attrattivo turistico. Il territorio ha una forte vocazione turistica, concentrata unicamente attorno a grandi poli attrattivi (Como, Bellagio, Cernobbio, ecc.) e quasi assente a pochi chilometri di distanza, per via della mancanza di collegamenti attraverso itinerari turistici organizzati e fruibili. È, inoltre, attraversato da una diffusa rete sentieristica pedonale e ciclopedonale, interessata in passato da interventi di potenziamento e valorizzazione, che hanno però mostrato degli elementi di debolezza per:

1. Inadeguata strategia di promozione e comunicazione, soprattutto rivolta a target specifici;
2. Difforme dotazione di infrastrutture quali segnaletica, punti di sosta, collegamenti tra diversi tracciati ecc.;
3. Itinerari parcellizzati a livello territoriale, con ottime potenzialità di sviluppo ed inserimento in una rete di interconnessione più ampia;
4. Formazione degli operatori non adeguata alla gestione di un nuovo servizio di tipo turistico.

Il progetto dovrà evidenziare come sfruttare la rete sentieristica, ciclopedonale e stradale esistente e completarla ove necessario grazie al supporto di futuri finanziamenti pubblici. Facendo fede al principio della sostenibilità ambientale si riscopriranno e si risistemano sentieri e tratti ciclabili esistenti senza interventi invasivi e creando nuovi raccordi ove necessario. L'itinerario turistico dovrà avere come punto di partenza una località già nota turisticamente e servita da treno o collegamenti pubblici, per poi far scoprire al visitatore il territorio attraverso un approccio esperienziale grazie alla mobilità lenta e fargli vivere un'esperienza autentica di ruralità. L'idea si completerà dotando il territorio di servizi di supporto alle bici elettriche (stazione di noleggio, stazioni di ricarica, punti di appoggio tecnico e di ristoro, ecc.) per rispondere all'esigenza odierna di un turismo lento, verde e sostenibile. Per contrastare queste debolezze il progetto intende sviluppare i seguenti obiettivi specifici:

- 1) Approfondimento della conoscenza del territorio da un punto di vista turistico attraverso uno studio analitico, ad opera di un soggetto qualificato, anche di natura accademica, che permetta l'individuazione di percorsi/itinerari fisici e tematici a valenza turistica. Lo studio dovrà evidenziare le dimensioni attrattive che i territori possono offrire al turista, le particolarità che rendono queste zone rurali uniche ed interessanti e assetti di gestione del turismo rurale di modo da supportare l'offerta nel tempo;
- 2) Introduzione della smart mobility sui territori per mezzo di uno studio di fattibilità inerente alla mobilità lenta. In un'epoca di ricerca di un tipo di turismo naturale, rilassante e sostenibile è indispensabile valutare la smart mobility per adottarla anche al di fuori del contesto cittadino;
- 3) Realizzazione di workshop formativi a cui invitare attori del territorio, individuati per mezzo di azioni di comunicazione ed animazione allo scopo di creare una rete territoriale che possa garantire la buona riuscita del progetto e permettere la crescita turistica, ed esperti di comunicazione. La finalità è quella di ideare un messaggio comunicativo accattivante per attrarre turisti consapevoli nel territorio rurale d'interesse e contemporaneamente formare gli operatori coinvolti nella gestione del turismo rurale con l'intento di rafforzare la loro identità territoriale stimolandoli ad investire sempre di più sul territorio;
- 4) Realizzazione di un educational tour, un tipo di viaggio organizzato pensato per giornalisti, blogger, video-blogger ed influencer che vengono portati alla scoperta di una destinazione e

coinvolti in una serie di attività diversificate per presentare servizi, strutture e prodotti di una località turistica. I partecipanti sono chiamati a raccontare "dal vivo" il viaggio attraverso i social e/o a produrre articoli e video in seguito alla partecipazione al viaggio. Il tour sarà un viaggio nelle tradizioni con diverse tappe tra valorizzazione e recupero della vita quotidiana, escursioni pedonali e ciclabili (magari con noleggio di eBike) tra montagna e campagna, visita ad antichi borghi, esperienze di artigianato locale, ecc.;

5) Realizzazione di azioni di comunicazione che permettano la sistematizzazione dei siti web e app esistenti di modo da consentire al viaggiatore di intercettare la potenzialità turistica del territorio; comprendere le escursioni che il territorio è in grado di offrire; scaricare file GPX per poter seguire il percorso con tranquillità; scoprire eventi e punti di interesse culturali, naturalistici, gastronomici del tragitto prescelto; conoscere punti di ristoro e di riposo lungo l'itinerario selezionato e le loro offerte economiche. Delineazione di operazioni di comunicazione con esperto SEO per strutturare, migliorare e omogenizzare le attività di web-marketing dei singoli operatori, rafforzare il posizionamento sul web del proprio territorio come destinazione turistica valorizzandone le eccellenze e le iniziative e promocommercializzare di pacchetti turistici che coinvolgono direttamente o indirettamente gli operatori aderenti alle rete del progetto. L'intento è di far conoscere al turista nazionale ed internazionale e alla popolazione locale le possibilità turistiche del territorio legate al progetto. 2019: anno turismo lento e sostenibile.

- Sostenibilità delle attività nel tempo a livello locale.

Il Gal ha l'obiettivo di attivare una rete tra tutti i soggetti turistici che lavorano sul territorio e che hanno una correlazione con il turismo rurale che possa autosostenersi, anche economicamente, nel tempo con l'intento di costruire dinamiche a vantaggio dello sviluppo e sostegno al settore. Gli operatori locali sono strategici al supporto del progetto, anche oltre la sua scadenza naturale, perché potranno operare in nuove forme di sviluppo derivanti dalle azioni messe in campo. Il coinvolgimento diretto come partner della Comunità Montana del Triangolo Lariano e della Comunità Montana Lario Intelvese garantirà nel tempo il supporto logistico e coordinativo del progetto.

GAL TERRE DEL PO

- Coerenza del progetto con la strategia di sviluppo locale.

Il capitolo 3 del PSL Terre del Po descrive la strategia adottata per raggiungere l'obiettivo dello sviluppo sostenibile dell'area GAL (tema centrale di questo PSL). Mediante l'analisi SWOT su ambiente, economia, società, cultura e istituzioni e la tabella di connessione delle dinamiche di vulnerabilità e resilienza, si evince che risulta assente la dinamica legata alle reti, che diventa pertanto uno degli ambiti di intervento prioritari per innescare processi di innovazione e sviluppo. Il presente progetto ben si innesta in alcuni principi, condivisi con gli attori locali in fase di stesura del Piano, quali: lavorare in partnership, sviluppare la tematica alle reti e le comunità intelligenti (ambito 2 del PSL), in un'ottica di turismo sostenibile e di mobilità alternativa. Quest'ultimo aspetto, in particolare, è ben evidenziato anche nel Piano di Azione: il Bando 7.5.01 ambito 2 prevede infatti una graduatoria dal titolo "mobilità alternativa, piste ciclabili e turismo sostenibile". Tutelata anche la cultura locale, con la graduatoria (contenuta nel medesimo Bando) dal titolo "il sistema della rete della valorizzazione dei luoghi della cultura".

- Risultati attesi a livello locale.

I risultati attesi a livello locale, in coerenza con il tema della valorizzazione della cultura locale, e con le previsioni riportate nel PSL, sono i seguenti:

1. Diffusione della conoscenza dei legami storici-culturali dei territori locali con l'area della metropoli di Milano;
2. Diffusione delle principali peculiarità architettoniche ed enogastronomiche dei territori legati al fiume Po;
3. Diffusione della conoscenza delle origini dello strumento della fisarmonica;
4. Incrementare il sistema di rete per la gestione dei servizi a sostegno del turismo sostenibile;
5. Relazione riassuntiva degli esiti degli studi proposti ai punti 1, 2 e 3;
6. Incremento dei flussi turistici in zona, con particolare attenzione ai turisti provenienti dall'area della metropoli di Milano.

- Descrizione delle attività previste a livello locale.

1. Studio dei legami storici, sociali ed enogastronomici tra i territori locali e la metropoli di Milano finalizzato alla promozione del territorio in chiave story-telling;
2. Studio delle principali peculiarità architettoniche ed enogastronomiche che caratterizzano i territori legati al fiume Po, finalizzato alla diffusione della conoscenza del territorio e alla sua promozione nell'area della metropoli di Milano;
3. Studio delle origini locali dello strumento della fisarmonica al fine di renderla tratto distintivo locale e elemento di interesse turistico;

4. Informazione e comunicazione: diffusione del racconto locale, delle caratteristiche peculiari dei territori locali e dei dati raccolti negli studi di cui ai punti 1, 2 e 3 - tramite i canali social, riviste specialistiche, quotidiani - con destinatari i residenti nella metropoli di Milano;

5. Creazione di pacchetti turistici accessibili, acquistabili via web, composti di esperienze storico-culturali ed enogastronomiche frutto degli studi proposti dal presente progetto.

- Sostenibilità delle attività nel tempo a livello locale.

Il soggetto proponente, ovvero il partenariato che sostiene il presente progetto, è costituito da un insieme di soggetti che al loro interno vedono la presenza di molteplici realtà sia pubbliche che private operanti sul territorio. Per quanto sopra, la pluralità di amministrazioni locali, ed Aziende private, Associazioni e ONLUS è la migliore garanzia rispetto alla continuità, nel tempo, delle attività che si andranno a realizzare col presente progetto. La capacità finanziaria non è da intendersi solo costituita dalle risorse di cui dispone il partenariato: saranno mantenute nel tempo. Non solo: il modello proposto potrà ulteriormente proporsi quale best practice per le altre realtà del circondario; crediamo che l'attività di disseminazione possa determinare una positiva adesione rispetto a quanto si va a proporre col presente progetto, per cui in una fase seguente post realizzazione è implementabile il numero dei soggetti che possono, aderendo, beneficiare quindi ulteriormente valorizzare la ricaduta sul territorio adiacente al GAL.

ALLEGATO 2

CENNI GENERALI

Il messaggio dovrà offrire al visitatore un'immagine identitaria, univoca ed efficace che valorizzi le differenze presenti sui territori. È fondamentale narrare il territorio al turista, bisogna far sì che, attraverso il messaggio, si immagini nel luogo di destinazione sentendosi a casa suscitando emozioni e parlandogli di qualcosa che lo riguarda e lo interessa.

Il cittadino considera il viaggio non solo come osservazione del paesaggio, ma anche come conoscenza di tutte quelle sfumature preziose che contribuiscono ad accrescere, completandola, la bellezza locale rendendola unica e irripetibile. Desidera che la ruralità gli venga raccontata per percepirla come un valore aggiunto, un segno di qualità, di prodotto autentico, locale, tradizionale e genuino e in fondo qualcosa di sé.

Grazie al messaggio di comunicazione il visitatore approderà sui territori rurali intorno alla città di Milano e vivrà un'esperienza che accrescerà il suo bagaglio culturale, facendogli scoprire realtà dimenticate. Porterà a casa il tempo lento e gli aspetti culturali del territorio rurale. Le famiglie potranno godere di momenti di vita rurale dal sapore antico e la comunità locale avrà l'opportunità di raccogliere i propri saperi narrandoli a chi arriva facendo emergere il sentire collettivo.

Il visitatore desidera vivere un'esperienza a 360°. I criteri di qualità e i principi valoriali del turismo rurale sono quelli del turismo sostenibile; le motivazioni di viaggio, invece, sono molteplici: dell'enogastronomia, all'ambiente, allo sport. Il turismo rurale è un insieme di tutto questo ed è in primis definito dal territorio.

SPECIFICITÀ

ELENCO PAROLE CHIAVE

- TESORO: nascosto a portata di mano;
- AUTENTICITÀ e non replicabilità;
- UNICITÀ di prodotto, ogni territorio è fornito di biodiversità agricola, animale e vegetale, possiede un patrimonio di culture, tradizioni, processi produttivi unici ed autentici, con a disposizione un numero di prodotti da valorizzare;
- IDENTITARIO: dalle culture ai linguaggi, dai sapori ai mestieri;
- CREATIVO: produce e condivide conoscenza, esalta i talenti, crea impresa;
- ATTRATTORI TURISTICI: luoghi, prodotti enogastronomici ed artigianali, dialetti e tradizioni locali;
- TEMPO LENTO: veloci nell'arrivare, ma lenti nello stare;
- NATURA E PAESAGGIO: perché l'urbanizzato, senza equilibrio e che lascia spazio alla cementificazione, porta a dimenticarsi delle bellezze rurali che ci circondano;
- SILENZIO E FASCINO: viviamo la società del rumore, L'overload di messaggi è un potente riempitivo, ma è l'ascolto che comporta la crescita;
- INCONTRI ED ESPERIENZE: le persone entrano in gioco e devono trovare nel risiedere un vantaggio.

TARGET

- Fascia d'età: 35 - 60 (generazione X e over 55);
- Capacità di spesa (da collegare alla tipologia di turismo rurale voluta);
- Tempo: gita in giornata o weekend;
- Tipologia di struttura:
 - Como: B&B, agriturismi e hotel (1/3 stelle)
 - Lomellina: agriturismi e pochi B&B
 - Terre del Po: B&B, agriturismi, ostelli e hotel;
- Tipicità del piatto: trattorie;
- Città: Milano;
- Turista coprotagonista dell'esperienza. È un turista consapevole, sperimentatore e narratore.